

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah penulis lakukan selama ini maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel produk yang beranekaragam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada PT BRI Syariah sebesar 50%, variabel harga dengan penawaran Gratis Biaya Administrasi Bulanan Tabungan dan biaya kartu ATM bulanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada PT Bri Syariah Cabang Pekanbaru sebesar 73.33%, dan variabel promosi yang menawarkan pemberian hadiah dan undian mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di PT BRI Syariah sebesar 43.33%, serta variabel tempat/lokasi Kantor layanan dan mesin ATM yang banyak tersebar mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di PT BRI Syariah sebesar 60%. Jadi, variabel-variabel dari *marketing mix* memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk membuka tabungan pada PT BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel produk dari *marketing mix* memberikan kontribusi paling besar dalam mempengaruhi nasabah untuk membuka tabungan di PT BRI Syariah

yaitu sebesar 50% dari variabel *marketing mix* harga, promosi, dan tempat/lokasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari hasil penelitian ini, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak PT BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Penulis mengharapkan kepada pihak PT BRI Syariah Cabang Pekanbaru agar dapat meningkatkan sistem pemasarannya dengan berpedoman kepada strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) karena variabel-variabel dari bauran pemasaran (*marketing mix*) ini sangat memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung.
2. Penulis juga mengharapkan kepada PT BRI Syariah untuk bisa memperhatikan variabel produk yang ditawarkan karena variabel produk memberikan kontribusi yang sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung.